第一图书网, tushu007.com

<<中国城市消费者行为研究>>

图书基本信息

书名：<<中国城市消费者行为研究>>

13位ISBN编号：9787542634214

10位ISBN编号：7542634216

出版时间：2011-3

出版时间：上海三联书店

作者：王方华

页数：433

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

《2008-2009年中国城市消费者行为研究》为《中国城市消费者行为研究系列丛书》之一,《2008-2009年中国城市消费者行为研究》中包括了“安泰分层消费者信心指数”发布与分析、中国城市消费者行为专题研究、消费者持续满意度研究——基于快乐适应视角、政策汇编等五部分内容。

《2008-2009年中国城市消费者行为研究》适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

作者简介

王方华，上海交通大学安泰管理学院院长、教授、博士生导师。
主要研究方向：1、市场营销 2、战略管理 3、企业发展理论。
毕业于复旦大学管理学院，获经济学硕士学位。
曾任复旦大学管理学院工业经济教研室主任，院长助理、企业管理系主任。
1998年调入上海交通大学管理学院任副院长、常务副院长、院长。
主持国家自然基金项目两项、教育部博士点基金一项、外经贸部科技开发基金两项及社会委托咨询项目多项、出版专著及教材38本，发表论文100余篇，主持完成负责研究项目60余项，曾获上海市决策管理成果二等奖、上海市高校优秀教材一等奖，上海市高校教学成果一等奖。
兼任：全国MBA教育指导委员会委员、教育部科技学部委员、中国市场学会副会长兼学术委员会主任。
上海市场学会副会长、上海管理科学学会副理事长，上海生态经济学会副会长，上海市企业联合会常务理事。
并担任：上海海立（集团）股份有限公司、上海友谊（集团）股份有限公司、上海新亚（集团）股份有限公司，上海华源股份有限公司等4家上市公司的独立董事以及六家大型公司和民营企业的战略管理顾问。

书籍目录

第一部分 综述1.1 研究意义1.2 研究目的1.3 研究内容和方法1.4 研究成果第二部分 “安泰分层消费者信心指数”发布与分析2.1 前言2.1.1 项目背景2.1.2 样本要求2.1.3 城市分布2.2 指数发布2.2.1 “安泰分层消费者信心指数”第一期发布2.2.2 “安泰分层消费者信心指数”第二期发布2.2.3 “安泰分层消费者信心指数”前两期比较2.2.4 “安泰分层消费者信心指数”第三期发布2.2.5 “安泰分层消费者信心指数”第一、第二、第三期比较2.3 指数解读2.3.1 第一期、第二期“安泰分层消费者信心指数”解读2.3.2 第三期“安泰分层消费者信心指数”解读第三部分 中国城市消费者行为专题研究3.1 总论篇3.1.1 2008—2009年中国城市消费环境3.1.2 2008—2009年中国城市消费特点3.1.3 2008—2009年中国城市消费情况概述3.2 快速消费品篇3.2.1 2008—2009‘年中国城市快速消费品消费情况回顾3.2.2 2008—2009年快速消费品消费情况分析3.2.3 2008—2009年快速消费品营销情况分析3.3 奢侈品篇3.3.1 2008—2009年中国城市奢侈品消费情况回顾3.3.2 2008—2009年奢侈品消费情况分析3.3.3 2008—2009年奢侈品营销情况分析3.4 耐用品篇3.4.1 2008—2009年中国城市耐用品消费情况回顾3.4.2 2008—2009年耐用品消费情况分析3.4.3 2008—2009年耐用品营销情况分析3.5 服务篇3.5.1 2008—2009年中国城市服务消费情况回顾3.5.2 2008—2009年服务消费情况分析3.5.3 2008—2009年服务营销情况分析第四部分 消费者持续满意度研究——基于快乐适应视角4.1 研究背景4.2 研究框架4.3 研究内容4.4 文献回顾4.4.1 消费者满意度4.4.2 消费者持续满意度4.5 研究假设4.6 研究方法4.6.1 变量的度量4.6.2 抽样与数据采集4.7 研究结果4.7.1 产品满意度随时间的变化呈明显下降趋势4.7.2 互动性、情感性产品的区分4.7.3 不同类型产品满意度随时间的变化趋势4.8 持续满意度研究的应用第五部分 政策汇编参考文献附录1 大事件附录2 “安泰分层消费者信心指数”数据分析

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com